SPIEGEL ONLINE - 14. Februar 2006, 18:25
URL: http://www.spiegel.de/netzwelt/netzkultur/0,1518,400767,00.html

Zum Valentinstag

Keine Liebe mehr für Google

Von Frank Patalong

Ein halbes Jahrzehnt sonnte sich Google in der Zuneigung der Netz-Community. Doch die entzieht der Suchmaschine die Liebe, seit die Firma als Komplizin des chinesischen Zensurregimes am Pranger steht. Unerhörtes geschieht da: Im Web formiert sich Widerstand gegen Google.

"Es gibt auf der ganzen Welt kein anderes Mittel", schrieb weiland Robert Musil, "ein Ding oder Wesen schön zu machen, als es zu lieben."

Eine schöne, zum Valentinstag passende Umschreibung der Volksweisheit "Liebe macht blind". Beides soll heißen: Wenn liebende Gefühle wallen, fallen uns die kleinen Fehler des anderen nicht mehr auf. Makel werden nicht wahrgenommen, das Gegenüber liebend idealisiert.

ANTI-GOOGLE-KAMPAGNE: "KEINE LIEBE FÜR GOOGLE"

Klicken Sie auf ein Bild, um die Fotostrecke zu starten (8 Bilder).

Was aber, wenn uns die Liebe abhanden kommt? Einschläft, verloren geht oder - der schlimmste aller Fälle - enttäuscht wird und darum erlischt?

Psychologen, Kriminalisten, Literaten und Regisseure wissen, dass so etwas nicht nur reichlich Schmerz bereitet, sondern auch zu den häufigsten Motiven für Aktionen gegen den ehemals (oder eigentlich) geliebten Menschen gehört.

Die Literatur ist voll davon seit antiken Zeiten, seit Medea Kinder mordend Amok lief, weil ihr Jason die Liebe entzog. Georg Büchners Woyzeck tötet Marie, mit der er ein Kind hat, weil sie ihn betrügt: Der Treuebruch lässt seine Liebe in Hass umschlagen. Michael Douglas erlebt in "Eine verhängnisvolle Affäre" eine rachsüchtige Furie, als er seiner Affäre die Liebe entzieht.

Das Prinzip "aus Liebe wird Hass" gilt aber nicht nur in Film, Literatur und richtigem Leben, sondern auch in Cyberia: Als Google der Heerschar seiner Liebenden schwor, "nicht böse" sein zu wollen, und sich dann doch dabei erwischen ließ, begannen diese, Protest-Plakate zu malen und Blogs voll zu schreiben, zu Aktionen aufzurufen und der bis vor kurzem populärsten Web-Marke der Welt kollektiv die Zuneigung zu entziehen.

Ende einer Affäre: "Normal" ist pfui

Kein Zweifel: Googles Stern verliert an Glanz - und Google-Kritiker mutieren zu Gegnern. Die Empörung über Googles Sündenfall, als der Web-Suchdienst sich in China auf staatliche Zensur

und Meinungsunterdrückung einließ, um dort weiter ungestört seine Geschäfte machen zu können, ist nur aus der tiefen Enttäuschung zu erklären, die in der Zuneigung der Surferschaft zu Google ihre Wurzeln hat.

Und darin, dass die "Popkultur-Marke" Google für Minimalismus mit Leistung, für nur verhaltene Kommerzialität und den Willen stand, anders und besser als die anderen sein zu wollen. Und zwar nicht nur in kreativer, sondern auch in ethischer Hinsicht.

War Google nicht der informelle Haufen, der jedem ambitionierten Mitarbeiter Zeit für kreative Projekte freistellte? Der völlig informell agierte, die studentische Lebensart ins Geschäftsleben importierte? Sich augenzwinkernde Gags und Statements erlaubte?

Welche andere Suchmaschine liefert schon seit Jahren als Antwort auf die Sucheingabe "Failure" die Biografie-Seite von Georg W. Bush auf der Website des Weißen Hauses, ohne diesen "Fehler" zu korrigieren? Yo, das ist sympathisch, hemdsärmlig, cool. Als die Bush-Regierung kürzlich bei den führenden Suchmaschinenbetreibern vorfühlte, ihre Datensammlungen über das Such- und Surfverhalten zusammenzutragen, ließ Google die Datenschnüffler publikumswirksam abblitzen und sich als Bewahrer der Privatsphäre feiern. Kurz darauf eröffnete Google in China eine selbst zensierte Webseite, ganz nach den Wünschen des dortigen Regimes. Die Nutzerschaft empfand den Widerspruch als Treuebruch.

Protest-Kampagne

Der Widerstand gegen Google formiert sich nun zuerst vor allem im Lager der China-Kritiker. "No luv 4 Google" heißt die Aktion einer Tibet-Unterstützergruppe, "keine Liebe für Google". Mit coolen Bannern, die sich derzeit über thematisch verwandte Seiten, über Blogs und Newsgroups verbreiten, setzt die keimende Kampagne visuell hippe Highlights.

Für Google ist das deshalb bedrohlich, weil es "Pop" ist: Wenn Blogger das Malen von Google-Protestplakaten dokumentieren und dabei darüber sinnieren, ihre Weblogs weg von blogger.com und hin zu einem Google-fernen Unternehmen zu bewegen, dann ist das, als demonstrierte der Deutsche Gewerkschaftsbund gegen die SPD. Es ist ein Zeichen dafür, dass Google seine treuesten Unterstützer verliert, dass Google aufhört, eine von der Web-Community getragene Marke zu sein.

Neu ist auch das nicht. Mitte der Neunziger mag es Leute gegeben haben, die sich "Yahoo!" auf ihre T-Shirts druckten und freiwillig Werbung für die Webseite liefen (wie später für Google). Das Netscape-"N" war einmal eine Ikone der Web-Kultur, wie Bill Gates noch in den Achtzigern einmal ein Held der IT-Welt war, der "die Großen" das Fürchten lehrte. Aktienvermögen in Milliardenhöhe, werden nun wohl auch die Google-Gründer Sergey Brin und Larry Page feststellen, weichen das gern gepflegte Robin-Hood-Image aber ziemlich schnell auf. Und Google ist nicht mehr der pfiffige Innovator, der den satten Platzhirschen zeigt, wie das so geht mit der Sucherei: Google ist der Platzhirsch.

Schon hat die "Community" mit der Suche nach neuen Helden begonnen. "Google Alternatives" heißt eine Link-Rubrik bei "No luv 4 Google" und erinnert die Surferschaft, die das zum Teil wirklich nicht mehr weiß, daran, dass auch andere Betreiber schicke Suchmaschinen pflegen. Und bis es so weit ist, dass von denen wirklich einer Google ersetzen kann, bietet die protestierende Community "Scroogle" an - eine Meta-Suchmaske, die sich auf Google und Yahoo stützt, aber alle kommerziellen Nutzungen (und angeblichen Schnüffeleien) herausstreicht.

Als hätte nur das im Web eine Daseinsberechtigung, was nicht kommerziell ist.

Das ist die zweite Wurzel des aufkommenden Unmuts gegen Google - und sie ist ein tiefes Missverständnis.

Gut ist, was die Kasse klingeln lässt

So schön es ist, dem Ideal der emanzipatorischen Qualitäten des Webs zu folgen, setzt im Internet doch alles auf einer durch und durch kommerziellen Infrastruktur auf. Mitte der Neunziger schwärmten die Propheten der "kalifornischen Ideologie" von der alle Grenzen aufhebenden Freiheit des Internets, in der endlich jeder Multiplikator sein kann: Ob eine "Homepage" von Time Warner oder doch eher die von Otto Normalverbraucher Erfolg hat, werde sich nur an der Qualität ihrer Inhalte entscheiden. Endlich, endlich könne jeder gleichberechtigt publizieren und kommunizieren.

Die schönsten Legenden entstanden gerade darum, weil das anfänglich sogar funktionierte: Ein "Niemand" wie Mark Andreessen schlug mit Netscape den mächtigen Bill Gates und Microsoft. Warners "Pathfinder" scheiterte grandios, während Louis Rossettos "Hotwired" anfänglich reüssierte. Dass beide frühen Helden der Web-Welt Finanziers aus der "Old Economy" hinter sich wussten, ignorierte die "Gemeinde" dabei gern. Der Boom der Netzmedien war von Anfang an und bis heute verknüpft mit Heilslegenden - wie der derzeitige Hype um das sogenannte "Web 2.0" wieder einmal dokumentiert.

Der nächste "Robin Hood" wird gegen Google kämpfen

Google ist zu groß geworden, um daran noch Teil zu haben. "Sei nicht böse!" ist eine *Corporate Legend*, ein Image, das man dem Kleinen gern, dem Großen aber nicht mehr glaubt. Sie ist zudem nie eine Absage an den kommerziellen Erfolg gewesen: Google schuf sich mit dem kessen Spruch ein Image, das in krassem Gegensatz zu Microsofts damaligen Image stehen sollte. Hier das kleine, aufstrebende Unternehmen, das mit fairen Mitteln nach oben will, dort der IT-Riese, der sich vor Gericht wegen Kartellklagen und unfairer Geschäftsmethoden verantworten musste. "Sei nicht böse!" hieß nie, dass Google nicht auch groß und kommerziell erfolgreich werden wollte.

So dürfte es auf der Führungsebene von Google auch nicht als Bruch empfunden worden sein, einerseits amerikanischen staatlichen Stellen Datenauskünfte zu verweigern, andererseits in China alles zu tun, was die dortige Regierung verlangt. Beides ist konsequentes Verhalten - und zwar zum Vorteil des eigenen Geschäftes.

Langsam sickert diese Erkenntnis ein: Google ist kein Heilsbringer, kein unkommerzieller Tugut und ewiger Robin Hood, sondern ein aktiennotiertes Großunternehmen mit etwas lockerer Unternehmenskultur. Weil Google anders als seine Konkurrenz nicht nur Nutzer, sondern Fans hat, blutet denen das Herz - und Zuneigung schlägt in Groll um.

Den hätten Googles Konkurrenten und Komplizen in China, wenn man so will, nämlich weit mehr verdient: Während Google ja "nur" weniger findet, als es könnte, sieht sich Yahoo mit dem Vorwurf konfrontiert, sogar zur Verhaftung von Dissidenten beigetragen zu haben. Microsofts MSN zensierte derweil bereitwillig Blogs, wenn etwas darin den Machthabern in Peking nicht passte. Auch über solche Dinge regen sich viele Menschen auf, die Empörung verpufft jedoch bald wieder.

Enttäuschen kann eben nur der, von dem man mehr, vielleicht zu viel erwartet. Wenn die Liebe geht, sieht man den Makel, für den man blind war, umso mehr.

© SPIEGEL ONLINE 2006
Alle Rechte vorbehalten
Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet GmbH

Zum Thema:

Zum Thema im
- Google: Sei nicht aufgeblasen (manager-magazin.de)

Internet: http://www.manager-magazin.de/it/artikel/0,2828,400844,00.html

- Kampagnen-Webseite: "No luv 4 Google"
  http://noluv4google.com/article.php?list=type&type=92
- Anti-Werbung: Das Video zu "No luv 4 Google"
  http://www.youtube.com/w/Google-Broke-Our-Hearts?v=kyvz7882uAs
- Beißende Web-Satire: Mark Fiore zu Google, MSN, Yahoo und Zensur in China
  http://www.markfiore.com/animation/search.html
- Die berühmteste Google-Suche: "Failure"
  http://www.google.de/search?hl=de&q=failure&btnG=Google-Suche&meta=
- Blog: "Tibet will be free!"
  http://blog.studentsforafreetibet.org/
- Das Gaaagle-Blog: Google als Knebel
  http://gaaagle.com/blog/
- Schicker Trick: Opennet stellt Suchergebnisse von Google USA und China gegenüber
  http://opennet.net/google_china/
- Vehemente Kritiker: Google Watch
  http://www.google-watch.org/
- Scroogle: Meta-Suche in Yahoo und Google
  http://scroogle.org/
- John Perry Barlow: Die "Unabhängigkeitserklärung des Cyberspace"
  http://www.heise.de/tp/r4/artikel/1/1028/1.html